



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Podstawy marketingu sportowego

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie w sporcie Specjalność: marketing w sporcie Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów pierwszego stopnia (lic.) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2023/24 Kod przedmiotu 08ZAS-PMASS.PL10D.0062.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obligatoryjny specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Wymagania wstępne	brak wymagań		
Przedmioty wprowadzające	brak przedmiotów wprowadzających		
Koordynator	Maciej Schulz		
Okres Semestr 5	Forma zaliczenia Egzamin Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 15, w tym zajęcia zdalne: • Wykład synchroniczny: 15 Ćwiczenia audytoryjne: 30		Liczba punktów ECTS 3.0

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Posiada wiedzę pozwalającą na ocenę sytuacji marketingowej organizacji sportowych	ZAS_P1_K_W08	P6S_WG
W2	Zna podstawowe strategie marketingowego zarządzania organizacjami sportowymi	ZAS_P1_K_W08, ZAS_P1_K_W12	P6S_WG, P6S_WK
Umiejętności:			
U1	Posiada umiejętność podejmowania decyzji zgodnych z koncepcją marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem	ZAS_P1_K_U03, ZAS_P1_K_U06	P6S_UW, P6S_UW
U2	Potrafi zaplanować strategię marketingową organizacji sportowej	ZAS_P1_K_U03, ZAS_P1_K_U14	P6S_UW, P6S_UO
Kompetencje społeczne:			
K1	Jest kreatywny w zakresie poszukiwania najlepszej koncepcji (opcji strategicznej) marketingowego zarządzania organizacją sportową	ZAS_P1_K_K01, ZAS_P1_K_K02	P6S_KK, P6S_KK

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Marketing w zarządzaniu współczesną organizacją sportową. Decyzje strategiczne dotyczące produktów.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1
2.	System informacji marketingowej w organizacji sportowej.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1, U2
3.	Analiza sytuacji marketingowej organizacji sportowej.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W1, K1
4.	Elementy strategii marketingowych w organizacjach sportowych.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U2, K1
5.	Strategiczne planowanie marketingowe w organizacjach sportowych.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U2, K1
6.	Decyzje strategiczne dotyczące elementów oferty rynkowej organizacji sportowych.	Wykład, Wykład synchroniczny, Ćwiczenia audytoryjne	W2, U1, U2, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć	
-------------	--

Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Egzamin pisemny	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Egzamin w formie testu	
Ćwiczenia audytoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Ćwiczenia laboratoryjne, Projekt	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Kolokwium	50%
	Projekt	50%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Kolokwium w formie testu; Projekt strategii marketingowej dla wybranej organizacji sportowej.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Egzamin pisemny	Projekt	Kolokwium
W1	x		
W2	x	x	
U1		x	x
U2		x	x
K1		x	

5. Literatura

Literatura podstawowa

- Godlecki P. Matecki P., Marketing w sportowy. Współczesne kierunki rozwoju, Sportbiz, Warszawa 2017.

Literatura uzupełniająca

- Shank M. D., Lyberger M. R., Sports Marketing. A strategic Perspective, 5th editions, 2014
- Sznajder A. Marketing sportu 2.0 w erze cyfrowej, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2021.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta	Obciążenie studenta Liczba godzin
--------------------	--------------------------------------

Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	15
	Ćwiczenia audytoryjne	30
Praca własna studenta	Przygotowanie projektu	5
	Studiowanie literatury	10
	Przygotowanie do zajęć	10
	Przygotowanie do egzaminu	10
	Konsultacje	10
Łączny nakład pracy studenta		90
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut